

# DICCIONARIO



De la A a la Z



## ÍNDICE

- 04 Adwords**
- 04 Algoritmo de Google**
- 05 Analítica Digital**
- 06 Anchor Text**
- 07 Atributo Alt**
- 07 Backlinks**
- 08 Backlinks No Follow**
- 09 Black Hat SEO**
- 09 Breadcrumbs (Migas de pan)**
- 10 Canibalización de Keywords**
- 11 Cloaking**
- 11 Cluster**
- 12 CMS**
- 12 Cocitación**
- 13 Contenido Duplicado**
- 13 Conversión Web**
- 14 Core Web Vitals**
- 14 Crawl Budget**
- 15 CTA**
- 15 CTR**
- 16 Densidad de Palabras Clave**
- 17 Dominio**
- 17 Etiqueta Canónica**



<b>18 Encabezados</b>	<b>24 Meta Description</b>	<b>30 SEO Negativo</b>
<b>19 Error 404</b>	<b>24 NoFollow</b>	<b>31 SERPs</b>
<b>19 Fragmentos destacados</b>	<b>25 NoIndex</b>	<b>31 SGE</b>
<b>20 Guest Posting</b>	<b>26 Redirección 301</b>	<b>32 Sitemap</b>
<b>20 Keyword</b>	<b>26 Rich Snippets</b>	<b>33 Snippet</b>
<b>21 Keyword Long Tail</b>	<b>27 Robots.txt</b>	<b>33 Tasa de Conversión</b>
<b>22 Keyword Stuffing</b>	<b>28 ROI</b>	<b>34 Thin Content</b>
<b>22 KPI</b>	<b>28 Schema</b>	<b>35 Title</b>
<b>23 Link Juice</b>	<b>29 Semántica</b>	<b>35 UGC</b>
	<b>29 SEO Local</b>	<b>36 WPO</b>



## ***Adwords***

Google Adwords o Google Ads es la herramienta de anuncios de Google, y destaca como la mayor fuente de ingresos del buscador.

La mayor ventaja es que los anuncios de Google Adwords son los que aparecen en las primeras posiciones de resultados en las SERPs, por encima de los resultados orgánicos.

Según el volumen de búsqueda de la keyword por la que te quieras anunciar, el coste por clic (CPC) será mayor o menor. Google Ads permite anunciarse en Google, pagando en función del número de clics o impresiones que reciba el anuncio.

## ***Algoritmo de Google***

El algoritmo de Google es el encargado de decidir si sales en primera posición en las SERPs, en segunda o si te vas hasta la décima página.



Se basa en un conjunto de reglas y fórmulas que el motor de búsqueda utiliza para clasificar y mostrar las páginas web en los resultados de búsqueda.

Su objetivo es ofrecer a los usuarios la información más relevante y de alta calidad en respuesta a sus consultas.

### ***Analítica Digital***

La analítica digital es una disciplina que se centra en recopilar, analizar e interpretar datos para tomar decisiones estratégicas alineadas con los objetivos de negocio.

Es una de las técnicas más importantes dentro del posicionamiento SEO, ya que nos permite extraer todo tipo de información relacionada con el uso y los comportamientos que tienen los usuarios dentro de una determinada página, y así poder confeccionar nuestra estrategia en base a una serie de parámetros que nos



ayudarán a disfrutar de los mejores resultados. Es indispensable de cara a comprobar y mejorar cualquier página web.

### ***Anchor Text***

Un texto ancla o anchor text es el texto visible que se utiliza para introducir un enlace o hipervínculo.

Ayuda a los motores de búsqueda a entender de qué trata la página a la que se está enlazando y cómo se relaciona con el contenido de la página actual.

El anchor text debe aportar información relevante al usuario sobre el contenido que se va a encontrar al clicar sobre el enlace, y también a Google, ya que parte de la relevancia del enlace dependerá del texto ancla utilizado.



## ***Atributo Alt***

El alt de las imágenes es un atributo o etiqueta HTML que sirve para describir una imagen.

Tiene la función de transmitir a Google sobre qué trata esa imagen, y es que hay que tener en cuenta que los motores de búsqueda no pueden ver las imágenes, por lo que recurren al texto que los acompaña para saber sobre que tratan y posteriormente posicionarlas en los rankings de búsqueda.

## ***Backlinks***

Los backlinks son enlaces entrantes que apuntan hacia nuestra web.

En el posicionamiento SEO los backlinks o enlaces tienen una importancia primordial, siendo indispensables de cara a llevar a cabo la estrategia de cualquier proyecto y mostrándose clave para aportar relevancia a tu página web.



Debes elegir los backlinks que más calidad tengan, es decir, los que provengan de páginas web con más autoridad.

Es mucho más importante la calidad de un enlace que la cantidad de enlaces entrantes.

### ***Backlinks No Follow***

Los Backlinks No Follow son aquellos enlaces entrantes que recibes en tu web a través de un dominio externo pero que no transfieren PageRank a tu web.

Tienen un papel muy importante, ya que, aunque no transmitirán autoridad a los ojos de Google, sí que aportarán información útil y de calidad a los usuarios, que apreciarán ese enlace No Follow como un enlace Do Follow que los llevará desde una web a otra a través de un simple clic.





## ***Black Hat SEO***

El Black Hat SEO hace referencia al conjunto de técnicas y tácticas consideradas poco éticas, que se utilizan para posicionar una página web en los principales buscadores.

Este conjunto de técnicas se caracteriza por no cumplir con las directrices marcadas por Google, por lo que cada vez están más amenazadas y se penalizan con más fuerza. Consideradas como “trampas para obtener un mejor ranking en la SERP en menos tiempo”, algunas de estas técnicas son el cloaking, el spinning, el SPAM o el keyword stuffing, además de muchas otras.

## ***Breadcrumbs (Migas de Pan)***

Las migas de pan SEO son un elemento que actúa para indicar en qué lugar de la página se encuentra el usuario dentro de la jerarquía de navegación definida en la web.



Se presentan como una serie de enlaces lineales que reflejan la jerarquía de la página actual en relación con la estructura del sitio.

Este camino de navegación no solo ayuda a los usuarios a entender cómo se organiza el contenido del sitio y a regresar a páginas anteriores de manera intuitiva, sino que también facilita a los motores de búsqueda la comprensión de la estructura del sitio, mejorando así su indexación.

### ***Canibalización de Keywords***

La canibalización de palabras clave ocurre cuando dos o más páginas de una web están posicionando por la misma palabra clave.

Esto hace que los motores de búsqueda se confundan, ya que no saben qué página es más relevante a la hora de posicionar esa palabra, perdiendo fuerza de cara al posicionamiento.



## ***Cloaking***

El cloaking o encubrimiento es una técnica de Black Hat SEO que sirve para mostrar a los bots de Google una versión de un sitio web diferente a la que ven los usuarios.

Consiste en mostrar diferentes contenidos de una página web, en función de si el que quiere acceder lo hace a través de un ordenador o de un robot, siempre con el objetivo de mejorar el posicionamiento de la web.

## ***Cluster***

Un cluster en SEO es un grupo de contenido interrelacionado que gira en torno a un tema central.

Esta estrategia se basa en la creación de una página principal, conocida como «página pilar», que ofrece una visión general de un tema amplio, y varias páginas de contenido específico, conocidas como «páginas de cluster», que abordan subtemas o aspectos particulares relacionados con el tema principal.



## **CMS**

Un CMS o Sistema de Gestión de Contenidos es un software que permite crear y administrar un sitio web, de manera más práctica y eficiente, sin tener que saber código avanzado.

Estas plataformas ofrecen una interfaz de usuario intuitiva, donde los usuarios pueden agregar y organizar contenido, así como personalizar el diseño de sus sitios web, blogs, tiendas en línea, entre otros, con relativa facilidad.

## **Cocitación**

La cocitación SEO es cuando una misma página enlaza a dos sitios diferentes, dando a entender a Google que ambos enlaces tienen algo que ver y están relacionados entre sí, aunque no sea así.

Sirve para que Google pueda diferenciar entre páginas webs naturales que aportan valor a los usuarios y páginas que centran su trabajo en realizar spam masivo.



## **Contenido Duplicado**

El contenido duplicado es contenido que ya aparece en otra URL, y que, por tanto, no es original ni exclusivo.

Por lo tanto, podríamos decir que es un contenido “copia” de otro existente en algún lugar de la Red. El contenido duplicado no gusta a Google, ya que el buscador nos demanda dos patrones fundamentales: calidad y originalidad.

## **Conversión Web**

La conversión web consiste en conseguir que el usuario realice la acción que estamos buscando en nuestro sitio web, ya sea realizar una compra, rellenar un formulario, o cualquier otra acción.

Para calcular la tasa de conversión tendrás que dividir el número de usuarios que actuaron de la manera esperada, con el total de usuarios que visitaron la web. El



resultado te permitirá hacerte una idea de la efectividad de tu web y de si estás disfrutando de los resultados esperados.

### ***Core Web Vitals***

Las Core Web Vitals de Google son un conjunto de señales que evalúan distintos aspectos de la experiencia de usuario y rapidez de carga en los sitios web.

Son cruciales no solo para ofrecer una excelente experiencia al usuario sino también para el SEO.

### ***Crawl Budget***

Hablamos de Crawl Budget o presupuesto de rastreo cuando nos referimos al tiempo que dedican las arañas de Google a rastrear una web. Desempeña un papel fundamental a la hora de indexar y/o posicionar un sitio web de manera más



eficiente. Cuanto mejor sea, más fácil te resultará potenciar el posicionamiento de una página web, aumentando la velocidad de indexación de tus contenidos.

## **CTA**

Un CTA o Call to Action básicamente es una llamada a la acción al usuario, con el objetivo de captar su atención llamar su atención y así aumentar las posibilidades de que hagan clic sobre un enlace o contenido.

Todas las webs persiguen un fin concreto, ya sea que el usuario compre, se registre en un formulario, descarguen un documento, etc.

## **CTR**

El CTR (Click Through Rate) indica el número de clics que recibe un enlace según el número de impresiones.



Una de las funciones más importantes del CTR es la de medir el éxito de la conversión de un determinado elemento, ya sea un banner, una página web o un elemento en particular.

### ***Densidad de Palabras Clave***

La densidad de palabras clave o keyword density se refiere al número de veces que se repite una misma palabra clave cada 100 palabras, dentro del mismo contenido.

Se calcula dividiendo el número de veces que aparece una palabra clave específica por el número total de palabras en el texto, multiplicando el resultado por 100 para obtener un porcentaje.

Tradicionalmente, se ha considerado que una densidad de entre el 1% y el 2% es ideal para evitar tanto el «keyword stuffing» (sobrecarga de palabras clave) como el contenido diluido, que carece de suficientes referencias al tema central.





## ***Dominio***

Un dominio hace referencia al nombre de un sitio web, que es el que habrá que teclear en la barra de direcciones de tu navegador para visitarlo. Es exclusivo, por lo que no puede haber dos dominios iguales.

Los dominios están compuestos por dos elementos principales: el nombre del dominio, que suele reflejar el nombre de la empresa, proyecto, marca o tema del sitio web; y la extensión o TLD (Top-Level Domain), como .com, .org, .net, entre otros, que indica el tipo de entidad o la ubicación geográfica.

## ***Etiqueta Canónica***

La etiqueta canónica, especificada en el HTML de una página web como `<link rel="canonical" href="URL-de-la-página"/>`, es una señal que los webmasters pueden



utilizar para decirle a los motores de búsqueda cuál es la versión preferida de una página web.

Su propósito es ayudar a evitar problemas de contenido duplicado en los resultados de búsqueda, indicando a los motores de búsqueda cuál página específica deben indexar y mostrar en los resultados de búsqueda.

## ***Encabezados***

Los encabezados o etiquetas H son atributos HTML que se utilizan para indicar los títulos o subtítulos de una página y que permiten dar estilo a un contenido.

La etiqueta H1 se reserva para el título principal de la página, siendo el más importante, mientras que las etiquetas H2, H3, etc., se utilizan para subtítulos, organizando el contenido en secciones y subsecciones.



## **Error 404**

Un error 404 es un código de estado HTTP que indica que la página web que estás intentando alcanzar no se pudo encontrar en el servidor. Esto no significa necesariamente que la página no exista; puede haber sido movida o eliminada, o la URL ingresada podría tener un error tipográfico.

## ***Fragmentos destacados***

Los fragmentos destacados son resúmenes breves de respuestas a preguntas de los usuarios que aparecen en la parte superior de los resultados de búsqueda de Google, justo por encima de los resultados orgánicos.

Estos fragmentos pueden tener diferentes formas, incluyendo párrafos, listas, tablas o incluso videos, y están diseñados para proporcionar respuestas rápidas y directas a las consultas de búsqueda sin que el usuario tenga que hacer clic en un sitio web.



## ***Guest Posting***

El guest posting es una técnica que consiste en escribir posts como invitado de calidad y que aporten valor a los usuarios en blogs de otras páginas.

Esta práctica no solo es una excelente manera de compartir conocimientos y experiencias, sino que también sirve como una herramienta poderosa para mejorar la estrategia de SEO, aumentar la exposición de la marca y atraer tráfico de calidad hacia el sitio web del autor.

## ***Keyword***

Una palabra clave o keyword hace referencia a los términos utilizados al realizar una búsqueda en Google o cualquier otro motor de búsqueda.



Desde la perspectiva del SEO y el marketing de contenidos, las keywords son indicadores que ayudan a definir el enfoque y la dirección del contenido, asegurando que este sea descubierto por el público objetivo.

### ***Keyword Long Tail***

Las keywords long tail son aquellas que se utilizan para realizar búsquedas más específicas, que por lo general están compuestas por frases de varias palabras.

Por ejemplo, si quieres comprar una lámpara, una keyword long tail podría ser «comprar lámpara de pie blanca».

Estas keywords reflejan con mayor precisión la intención de búsqueda del usuario, lo que las convierte en herramientas poderosas para atraer tráfico de alta calidad a un sitio web.



## **Keyword Stuffing**

El keyword stuffing es una técnica Black Hat SEO que consiste en repetir de manera excesiva una palabra clave.

Hace años el keyword stuffing era una técnica que funcionaba bien, ya que Google únicamente rastreaba la cantidad de palabras clave sin tener en cuenta la experiencia de usuario.

Sin embargo, a día de hoy está penalizada por Google porque este tipo de contenidos no aportan ningún valor al usuario.

## **KPI**

Un KPI (key performance indicator) es un indicador o valor de rendimiento que por lo general suele ser numérico, que sirve para conocer si se están cumpliendo los objetivos previstos en una acción.



Al ser indicadores clave, estas métricas están directamente vinculadas a los objetivos específicos de la empresa, lo que permite un seguimiento efectivo del progreso hacia estos objetivos.

Las KPIs pueden variar significativamente dependiendo del área de negocio, los objetivos específicos y el sector de la industria.

### **Link Juice**

El link juice, también conocido como «equity de enlace» o «fuerza de enlace», se refiere a la autoridad o valor que una página web pasa a otra a través de enlaces.

Cada vez que un sitio web enlaza a otro, transfiere una cierta cantidad de su autoridad, como si fuera un voto de confianza en el contenido del sitio enlazado. Este valor no solo depende de la autoridad del sitio que proporciona el enlace, sino también de factores como la relevancia temática entre ambos sitios y la colocación del enlace en la página.



## ***Meta Description***

La Meta Description es una etiqueta HTML que define el contenido de una URL de forma resumida. No se muestra dentro de la web, pero sí en los resultados de búsqueda en las SERPs.

Aparece en los resultados de búsqueda debajo del título de la página y la URL. Aunque Google ha declarado que las meta descripciones no son un factor directo de ranking, juegan un papel crucial en la tasa de clics (CTR), lo que indirectamente puede afectar el SEO de un sitio.

## ***NoFollow***

Un enlace «no follow» es un enlace que contiene el atributo rel=»nofollow» en su etiqueta HTML.





Este atributo indica a los motores de búsqueda que no sigan el enlace a su destino. Originalmente, se introdujo para combatir el spam en los comentarios de los blogs, pero su uso se ha expandido para incluir cualquier enlace que el propietario del sitio no quiera respaldar explícitamente o pasar «link juice» (autoridad de enlace).

## **NoIndex**

Un enlace 'no index' es una directiva que se da a los motores de búsqueda a través de una etiqueta meta en el HTML de una página, o mediante un archivo robots.txt, para indicar que esa página específica no debe ser incluida en el índice de búsqueda.

Esto significa que, aunque los motores de búsqueda pueden rastrear el contenido de la página, se les instruye explícitamente que no lo muestren en los resultados de búsqueda.



## ***Redirección 301***

Una redirección 301 es una redirección permanente de una URL. Al realizar una redirección 301, los usuarios serán redirigidos automáticamente de una URL a otra.

Desde el punto de vista del SEO, este tipo de redirección es crucial porque transfiere la mayor parte del valor de enlace (link juice) de la página original a la nueva página.

## ***Rich Snippets***

Los rich snippets o fragmentos enriquecidos son elementos que sirven para destacar o hacer más llamativos los resultados de búsqueda en las SERPs.

Estos pueden incluir calificaciones de estrellas, precios de productos, disponibilidad, imágenes, y mucho más, dependiendo del tipo de contenido de la página.



Los Rich Snippets se generan a través del uso de datos estructurados, un formato que Google puede interpretar fácilmente para mostrar información más relevante en los resultados de búsqueda.

### ***Robots.txt***

El Robots.txt es un archivo de texto que sirve para dar información a las arañas de Google, como indicar al buscador aquellas páginas que no aportan valor y que no queremos que indexe, bloqueando a los bots el acceso.

Funciona como una especie de «portero» digital, permitiendo a los propietarios de sitios web tener un cierto grado de control sobre el proceso de rastreo y la indexación de su contenido por parte de los motores de búsqueda.



## **ROI**

El ROI (retorno de la inversión) es una métrica que sirve para conocer el rendimiento de la inversión en las diferentes actividades de marketing que haya llevado a cabo una web.

Se calcula comparando los beneficios obtenidos de las estrategias de SEO con los costos incurridos durante su implementación.

## **Schema**

Schema.org es un vocabulario de datos estructurados que puedes añadir a tu sitio web para ayudar a los motores de búsqueda a entender mejor el contenido de tus páginas.

Esto se logra mediante la implementación de un conjunto específico de códigos que etiquetan la información en tu sitio web, permitiendo a los motores de búsqueda



presentar resultados más ricos y detallados, conocidos como Rich Snippets, en las páginas de resultados de búsqueda (SERPs).

## ***Semántica***

La semántica en SEO es una estrategia que enfatiza el significado y la intención detrás de las consultas de búsqueda de los usuarios, en lugar de centrarse únicamente en las palabras clave individuales.

El objetivo es crear contenido que no solo incluya palabras clave relevantes, sino que también aborde el contexto y la intención detrás de esas palabras clave.

## ***SEO Local***

El SEO local es una faceta del posicionamiento en buscadores que se enfoca en optimizar un sitio web para ser encontrado en los resultados de búsqueda locales.



Esto incluye estrategias específicas destinadas a aumentar la visibilidad de un negocio en las búsquedas geolocalizadas, donde la intención del usuario es encontrar productos, servicios o información en una ubicación específica.

### **SEO Negativo**

El SEO negativo consiste en utilizar técnicas para dañar el posicionamiento de las webs de la competencia y conseguir hacerles bajar posiciones en las SERPs, para así favorecer tu posicionamiento.

Estas acciones malintencionadas pueden variar desde la creación de enlaces tóxicos que apuntan al sitio objetivo hasta la copia de contenido para diluir su originalidad y valor.



## **SERPs**

SERP significa “Search Engine Results Page”, y las SERPs de Google son las páginas de resultados de búsqueda, en las que aparecen los resultados tras una búsqueda realizada en el buscador de forma ordenada.

Estas páginas incluyen una mezcla de resultados orgánicos, anuncios pagados, y cada vez más, características especiales como fragmentos destacados, preguntas frecuentes, mapas y reseñas.

## **SGE**

SGE o Search Generative Experience es una experiencia de búsqueda basada en la IA que permite ofrecer respuestas a preguntas abiertas, proporcionar más contexto y personalizar los resultados de búsqueda de los usuarios.



A diferencia de los sistemas de búsqueda tradicionales, que se basan en indexar y recuperar información existente, Google SGE busca comprender y generar respuestas que se ajusten de manera más precisa a la intención del usuario, incluso cuando la información no esté explícitamente disponible en su índice.

## **Sitemap**

El sitemap es el mapa de un sitio web, que se envía a Google y que sirve para facilitar el rastreo de las arañas web cuando lleguen a nuestra página, consiguiendo que indexen con mayor rapidez.

Existen principalmente dos tipos de sitemaps: XML y HTML. Los sitemaps XML están dirigidos a los motores de búsqueda, mientras que los sitemaps HTML están diseñados para ayudar a los visitantes del sitio web a navegar por el sitio.





## ***Snippet***

Los snippet son los extractos o fragmentos que Google muestra en las páginas de resultados con el objetivo de ayudar al usuario a hacerse una idea del contenido que se va a encontrar al acceder a una web.

Generalmente, un snippet incluye el título de la página, una URL y una descripción meta, que juntos ofrecen un resumen conciso de lo que el usuario puede esperar encontrar en la página.

Los snippets son generados automáticamente por los motores de búsqueda, aunque los webmasters pueden influir en su apariencia mediante la optimización SEO.

## ***Tasa de Conversión***

La tasa de conversión es un ratio que indica el número de usuarios que llevan a cabo una acción dentro de una web o blog.



Esta «acción deseada» puede variar según los objetivos del sitio web e incluir desde realizar una compra, suscribirse a un boletín informativo, descargar un recurso, hasta completar un formulario de contacto.

### ***Thin Content***

El thin content se refiere a cualquier contenido en un sitio web que tiene poco o ningún valor para los usuarios.

Este tipo de contenido es visto negativamente por los motores de búsqueda como Google, ya que no contribuye a una experiencia positiva para el usuario.



## **Title**

El Title es una etiqueta HTML que sirve para definir el título de cada URL de una web. Cuando Google indexa una web, lo que aparece en las SERPs es el title, justo arriba de la meta description.

El title es uno de los factores más importantes para el SEO on-page, ya que influye directamente en la tasa de clics (CTR) y en la percepción de la relevancia de tu página respecto a las consultas de búsqueda.

## **UGC**

UGC (User Generated Content) es el contenido que es generado por los propios usuarios o consumidores de una marca. Por ejemplo, un vídeo creado por un comprador o una reseña de un producto.



El UGC es valorado por su autenticidad y capacidad para generar confianza entre los consumidores, ya que refleja las experiencias y opiniones reales de personas reales.

## **WPO**

El WPO se refiere al conjunto de técnicas y prácticas destinadas a aumentar la velocidad de carga de las páginas web. Esto incluye la optimización de archivos, el mejoramiento de tiempos de respuesta del servidor, la reducción de tiempos de carga de JavaScript y CSS, entre otros.

El objetivo del WPO es ofrecer una experiencia de navegación rápida y fluida para los usuarios, lo cual es esencial en un mundo donde la paciencia es limitada y la competencia es feroz.



Si quieres ampliar tus conocimientos en SEO, puedes acceder a mi curso gratuito que encontrarás en mi web: <https://luismvillanueva.com/curso-seo/>

# DICCIONARIO



De la A a la Z